

Los grafiti *in tabula* como método de comunicación: Autoría, espacio y destinatario¹

In tabula graffiti as a means of communication: Authorship, space and receiver

Javier Muñoz-Basols
University of Oxford

RESUMEN

Los grafiti —como manifestación expresiva— subrayan la coexistencia de diversos parámetros sociolingüísticos que aportan datos intrínsecos sobre el emisor, el mundo que le rodea y su intención comunicativa. En el presente estudio analizamos los grafiti sobre mesas universitarias o *in tabula*; un tipo de grafiti que no ha sido objeto de un profundo estudio y que sin embargo posee características sociolingüísticas que lo distinguen del resto de manifestaciones similares. A lo largo del análisis veremos cómo se construye sobre una mesa un entorno icónico y verbal que determina y condiciona lingüísticamente la autoría, la temática y la intencionalidad del mensaje. Dichas características acentúan además la presencia de una serie de parámetros socioculturales compartidos por emisor y receptor que definen y delimitan su campo de actuación. Sobre la mesa —o canal transmisor— se recuperan asimismo las inquietudes socio-históricas de la época en la que se fija el mensaje y se confirma la relevancia comunicativa e interpretativa de los grafiti *in tabula*.

Palabras clave: Comunicación, Contexto universitario, Espacio público, Graffiti, Grafiti, Grafiti *in tabula*, Grafito, Sociolingüística.

SUMMARY

Graffiti, as a means of expression, underscore the coexistence of diverse sociolinguistic and communicative parameters that offer intrinsic data about the sender and the world surrounding him/her. In this study I analyze graffiti specifically on university desks, or *in tabula*, a type of graffiti that has not been the subject of in-depth study, but which nevertheless possesses sociolinguistic characteristics that distinguish it from other similar expressions or manifestations. We will see how an iconic and verbal milieu constructed

¹ Me gustaría dedicar este artículo a la memoria del profesor del Departamento de Filología Hispánica de la Universidad de Zaragoza, José Miguel Oltra Tomás, quien me animó a indagar el inexplorado campo de las literaturas marginales.

on a desk defines and linguistically conditions the authorship, the subject matter, and the intention of the message, as well as indicates the existence of a series of sociocultural parameters that define the field shared by the sender and the receiver. The sociohistorical information that can be traced on the desk —the channel or medium of communication— yields the concerns and anxieties of the epoch or time frame when the message was created, and thus corroborates the communicative and interpretative relevance of the *in tabula* graffiti.

Key words: Communication, Graffiti, *In tabula* Graffiti, Public Space; Sociolinguistics; University Setting.

*“People say graffiti is ugly, irresponsible and childish...
but that’s only if it’s done properly”, Banksy.*

1. INTRODUCCIÓN²

Debido al campo semántico al que se asocia el término grafiti en la actualidad —su origen urbano y marginal— no se suele caracterizar como un hecho que muestre una función primordialmente comunicativa. Sin embargo, el grafiti —como manifestación expresiva— subraya la coexistencia de diversos parámetros sociolingüísticos que aportan datos intrínsecos sobre el emisor, el mundo que le rodea y su intención comunicativa. Dicho método de comunicación varía sustancialmente de un espacio abierto, como por ejemplo el muro de una calle, a uno cerrado, como puede ser un aula; de un espacio público, como el metro, a otro más privado como puede ser la puerta de un retrete, en donde el mensaje queda restringido no sólo por su localización sino también por el sexo de los posibles emisores y receptores. Se pueden establecer diferentes taxonomías del grafiti atendiendo al material utilizado para crear los mensajes, la temática de los mismos, o la ubicación en la que se recogen. Como ejemplo podemos pensar en cómo un grafiti de contenido político sobre la fachada de un edificio público, que posiblemente no tendría más que unos días de existencia, posee características sociolingüísticas muy distintas de las de uno que se localice detrás de la puerta de un retrete que puede permanecer intacto durante décadas.

Cuando un grafiti se halla dispuesto sobre una mesa de un aula universitaria, una capacidad de indagación vence la atención depositada en la persona que imparte una clase, para leer, ampliar o contribuir a los grafiti que inundan el pupitre: “La teoría de Garí es que todo el mundo ha reali-

² Una versión preliminar de este artículo fue presentada como ponencia en el panel de sociolingüística del XXVII Congreso Internacional de AESLA “Modos y formas de la comunicación humana”, celebrado en Ciudad Real del 26 al 28 de marzo de 2009.

zando una pintada en algún momento de su vida y que son una plaga de la sociedad moderna. El profesor defiende que los grafiteros se inician en las mesas de los colegios y en los retretes” (Castilla 1995: 30). A lo largo de este estudio veremos cómo se construye, sobre una mesa, un entorno icónico y verbal que posee características sociolingüísticas propias. Dicho soporte múltiple, que como indica Garí sirve de iniciación a los grafiteros, se nutre en nuestro estudio de una institución pública como es la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Zaragoza. Todas estas características nos permitirán moldear una aproximación conjunta sobre el grafiti *in tabula* y su función comunicativa.

2. EL GRAFITI COMO MÉTODO DE COMUNICACIÓN³

Existen estudios que versan sobre fenómenos sociolingüísticos tan dispares como el grafiti urbano (Ferrell 1993; Rodríguez 2003; Figueroa-Saavedra 2007), la diferencia de género en los grafiti de la puerta de un retrete o *latrinalia* (Dundes 1966; Reisner 1967; Birney 1973; Read 1977; Gan Bustos 1978; Fraser 1980; Blume 1985), el grafiti del metro de Nueva York (Castelman 1982; Chalfant y Cooper 1984; Stewart 1989), o el contenido de las pintadas de carácter político de la Intifada (Peteet 1996). Sin embargo, son escasas las publicaciones que se ocupan de analizar una mesa como vehículo de comunicación o canal transmisor del grafiti. Como apunta Anna Livia, para delimitar la relación que existe entre el autor de un grafiti y su intención comunicativa, necesitamos tener acceso a las variables extralingüísticas que el mensaje conlleva en su contexto original:

When texts are displayed anonymously for public consumption, or by unknown others, individual demographics are necessarily less important than those of the group occupying the space in which the text will be read. Instead of recording personal details, researchers may find it more relevant to record information about the site itself, its geographic proximity to other important cultural icons, and the cultural or ethnic identification of its denizens (Livia 1999: 428).

Además de la información extralingüística y de las coordenadas espacio-temporales, de este tipo de acto comunicativo se desprende una per-

³ Para el presente estudio se ha preferido la ortografía “grafiti” que recomienda el *Diccionario panhispánico de dudas*, ya que ésta se ha modificado recientemente en consonancia con las normas fonéticas del español. Se verá, sin embargo, que en las citas y en la bibliografía se alterna en el uso de esta ortografía y de la inglesa *graffiti*, por lo que hemos preferido mantener el vocablo tal y como aparecía en las fuentes citadas. Según explica el *Diccionario panhispánico de dudas*, la palabra grafiti “es adaptación de la voz italiana *graffito*, popularizada en español a través del inglés” (2005: 318).

suasión implícita tanto en el mensaje como en el canal transmisor. Los receptores que responden por escrito al habitual tono persuasorio del mensaje se convierten de inmediato en emisores, al establecer en ocasiones una serie de diálogos múltiples, ya sean planeados o espontáneos, que se ramifican en un sinfín de enunciados complementados por el uso de un determinado trazo, color o dibujo, y que poseen características similares a las pequeñas firmas o contraseñas denominadas *tags*, o a las enormes pintadas que en algunos casos ocupan trenes enteros (Castelman 1987: 30)⁴. A este respecto, Fernando Figueroa-Saavedra (2004: 156) advierte que el grafiti se ve acompañado a menudo de un fuerte componente subversivo y por esta razón ha sido objeto de estudios lingüísticos, semióticos, y etnoestéticos, debido a una retórica, una estética, una ética, e incluso unas normas de percepción y de participación particulares.

En el presente estudio, una primera prueba del carácter transgresor de este tipo de literatura la leemos en unos improvisados carteles sobre las paredes del aula donde se encuentran los grafiti, en los que no se aprueba una estética comunicativa sobre las mesas y que explícitamente reiteran: “POR FAVOR, NO ESCRIBIR EN LAS MESAS” (Foto 1).

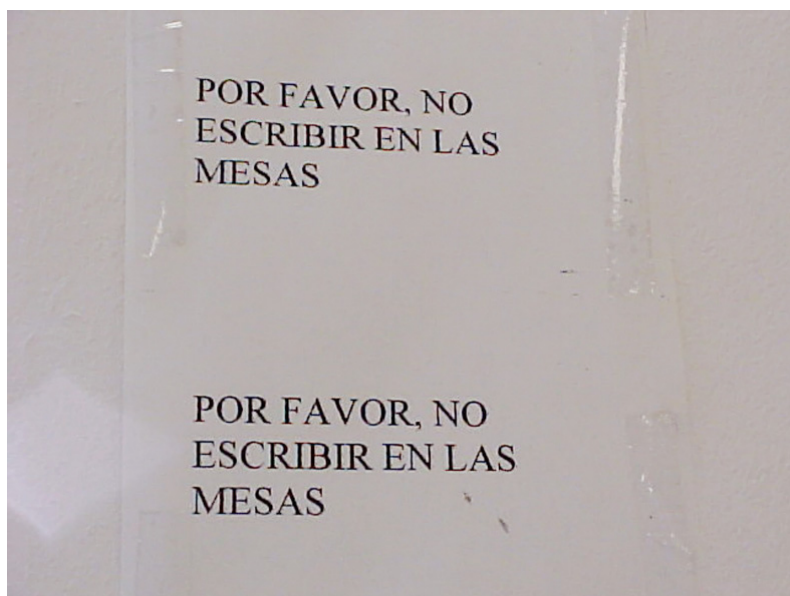


FOTO 1

⁴ Aunque tanto las pintadas como las firmas o *tags* se engloban bajo el término grafiti, en algunos estudios se han analizado como elementos independientes. Véase a este respecto el artículo de Reyes Pérez y Vigara Tauste (1996).

El pupitre, por lo tanto, sirve de soporte físico además de ser el canal transmisor sobre el que se plasma el compendio discursivo de minitextos del emisor que habitualmente se ampara en el anonimato. Vale la pena destacar que durante la elaboración de este tipo de grafiti se da tanto una limitación espacial como temporal, ya que si no queda espacio en la mesa, o si no se dispone del tiempo suficiente, no se podrá superponer un enunciado para entablar o continuar una conversación o cadena de mensajes. Por otro lado, la ayuda indirecta del personal de limpieza convierte al grafitero *in tabula* en poseedor de un espacio inagotable, dado que los materiales que se utilizan —tinta de bolígrafo, rotulador o lapicero— se pueden eliminar con facilidad. La colectividad estudiantil universitaria sirve de marco contextual de los enunciados que a modo de huellas textuales retratan la sociedad del momento, y cuyos artistas anónimos se afanan por expresar cuáles han sido y son las preocupaciones, los gustos y las reivindicaciones sociales de una época “que pueden ser modificadas o determinadas por el contexto concreto en el que se produce el acto de comunicación” (traducido del catalán) (Garí 1993: 8). El destinatario de los mensajes es también el colectivo universitario que acude a las aulas perpetuando la continuidad y la renovación de esta literatura.

3. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS GRAFITI *IN TABULA*

En un estudio sobre el carácter discursivo del grafiti de las bandas callejeras, Adams y Winter (1997: 342) se hacen eco de cómo Blume (1985: 142) señala que cualquier tipo de grafiti se podría considerar comunicación defectuosa a partir de tres aspectos principales. En primer lugar, que el emisor escribe en general sin tener en cuenta un receptor en particular, aunque la función apelativa del grafiti se pueda vincular a un grupo en concreto. En segundo lugar, que tanto el emisor como el receptor no se conocen entre sí o por lo menos se asume que no ha habido un contacto directo entre ambos. Y en tercer lugar, que el receptor del grafiti puede responder al texto por escrito, y de hecho así lo hace cuando lo estima oportuno, pero por lo general el emisor no descubre cuál es la reacción del receptor del texto original, y cuando responde, el receptor lo hace sin saber a quién está respondiendo exactamente.

Teniendo en cuenta todos estos aspectos podríamos decir que el grafiti como hecho comunicativo violaría las máximas de Grice (1975), al no producirse una cooperación comunicativa directa entre emisor y receptor. En cambio, al plantear aquí el carácter discursivo como característica intrínseca del grafiti *in tabula*, podemos argumentar que debido a la función esen-

cialmente comunicativa y al grado de conocimiento compartido entre emisor y receptor de algunos grafiti *in tabula*, dicha afirmación no es del todo precisa. Es llamativo el hecho de que pese a que Blume afirme que el grafiti posee un carácter defectuoso como hecho comunicativo, también reconozca que existen algunas variantes que no se corresponden en su totalidad con este planteamiento y que, por lo tanto, se podrían considerar excepciones. En concreto Blume reconoce que la escritura *in tabula* se diferencia del resto de grafiti, al poder recrear diálogos de carácter genuino que se trasladan a una mesa como canal transmisor: “Exceptions to this characteristic defectiveness of graffiti communication are on the one hand successful attempts at making contacts or offers, and on the other, the genuine written dialogue on a school desk” (Blume 1985: 142). Valga a modo de ejemplo el grafiti, “A las 2 cogemos sitio en la Biblioteca” (Foto 2), que constituye un fragmento de lo que podría ser un diálogo que reproduce parte de una conversación, aunque en este caso no se haya materializado sobre la mesa una respuesta escrita por parte del interlocutor⁵.

Como menciona Edurne Goikoetxea, “una de las dificultades clave para dar con una definición satisfactoria [del grafiti como acto de comunicación] surge a causa del desconocimiento acerca de algunos elementos incluidos

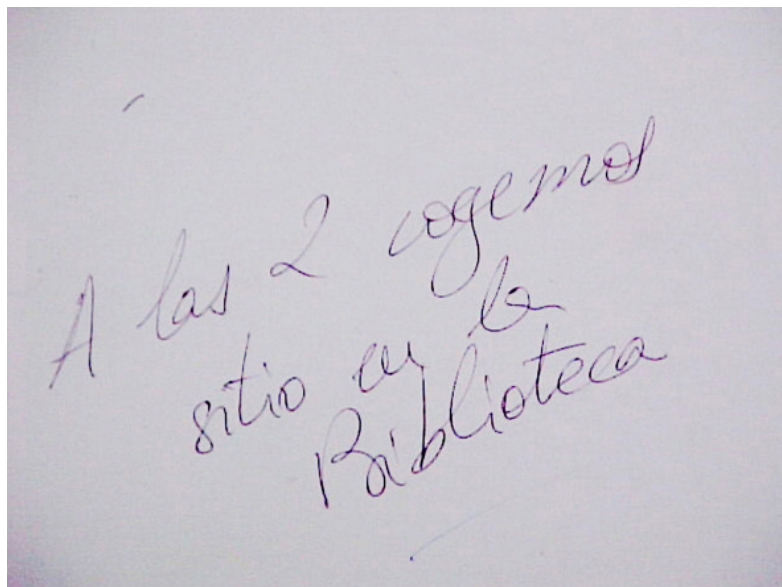


FOTO 2

⁵ En los grafiti que se mencionan a continuación se ha mantenido la ortografía original.

en el esquema tradicional de comunicación, a saber: emisor, receptor, canal, mensaje, código y contexto” (1998: 56-57). Y si bien algunos de estos elementos no quedan claramente definidos en el grafiti *in tabula*, existe asimismo una clara predisposición por parte del emisor de combinar las unidades del código lingüístico a fin de establecer relaciones sintagmáticas y paradigmáticas de diversa índole entre los constituyentes del lenguaje, donde predomina una función concreta: expresiva, referencial, apelativa, poética, metalingüística, etc.⁶. Por lo tanto podemos afirmar que se produce, al menos a priori, cooperación comunicativa en algunos enunciados “como un acto de comunicación donde el mensaje se transmite sin otra censura que la intención del emisor” (Goikoetxea 1998: 57), y que el éxito de la comunicación en los grafiti *in tabula* depende de aspectos tales como el grado de interacción, el tipo de mensaje y también de si el emisor decide identificarse, aunque sea bajo un seudónimo, al plasmar el hecho comunicativo. No obstante, también dentro de los grafiti *in tabula* se observa otro tipo de mensajes que se caracterizan por poseer una variable accesibilidad de significado que depende en mayor o menor grado del conocimiento contextual del receptor, y de si éste comparte el mismo código lingüístico y social. De ahí que en este tipo de mensajes se establezca una vinculación semántica dentro del ámbito universitario y ante la cual el receptor accidental —al igual que el investigador— se ve desafiado cada vez que accede a este campo de significado de manera involuntaria, al mostrar “matices que la observación del observador ajeno o indiferente no puede apreciar por su desconocimiento de los códigos gramaticales y semánticos de las formas realizadas” (De Diego 1997)⁷.

En la mayoría de estudios que versan sobre los grafiti se han establecido diversas taxonomías, tomando casi siempre su ubicación o canal trans-

⁶ El ejemplo más evidente de grafiti *in tabula* donde se produce cooperación comunicativa lo observamos en aquellos en los que se espera la respuesta del emisor. Por ejemplo, algunas cadenas de mensajes se transforman en diálogos que debido a su naturaleza comunicativa se ajustarían a las máximas de Grice (1975) de cualidad, cuya información puede ser verdadera, a la de relevancia, cuya información tiende a ser relevante por la limitación tanto espacial como temporal en la producción del grafiti, y a la de manera, donde el emisor evita la ambigüedad, es breve y ordenado en su mensaje.

⁷ Tales disquisiciones han conducido a la elaboración de aproximaciones teóricas sobre los grafiti que nada tienen que ver con las ciencias sociales, un aspecto que enriquece las diferentes posibilidades interpretativas de las que dispone el investigador: “To the literary new critic graffiti represent text. Its truest meaning can be explicated by close analysis of the words themselves, without emphasis on the social and historical factors impinging on the creation of the work itself. This traditional literary approach does not find favor in graffiti criticism, although it offers the opportunity to assess the inherent paradox and resolution within graffiti texts” (Best 2003: 830).

misor como punto de partida. Tal y como señalan Bartholome y Snyder (2004: 87), una de las clasificaciones más celebradas es la llevada a cabo por Anderson y Verplanck (1980) en la que se distinguen principalmente tres tipos:

Tourist graffiti, inner-city graffiti, and latrinalia. Tourist graffiti are found predominantly on the rocks, fences, picnic tables, tree trunks, monuments, overpasses, and bridges [...], Inner-city graffiti [...] is largely concerned with names and identity [and] Latrinalia, or bathroom graffiti, can be found in public lavatories across the globe (Bartholome y Snyder 2004: 88).

También Blume amplía las diferentes ubicaciones del grafiti: “public toilets, changing cubicles, cells, station halls and waiting rooms, bus and tram shelters, telephone boxes, lifts, trees and benches in parks, school furniture, monuments, buildings regarded as ‘sights’, external house walls, supports of roads bridges, traffic signs, public transport” (1985: 138), y puntualiza que algunas de ellas favorecen la individualidad del sujeto. Esto sucede, por ejemplo, en la puerta de un baño público o en la parada de un autobús, donde se dispone de más tiempo para poder escribir. Asimismo otras superficies favorecen que aparezcan grafiti con carácter subversivo o de confrontación, como ocurre por ejemplo en los edificios públicos.

Dado el carácter efímero que puede poseer este tipo de literatura y la inagotable variedad de lugares donde se puede encontrar, existen algunas variantes que —si bien necesarias y valiosas desde el punto de vista antropológico, sociolingüístico o interpretativo— no han sido objeto de un profundo estudio por parte de la crítica. Hasta la fecha no hemos podido constatar la existencia de un término representativo que establezca el soporte mesa como espacio en el que se crean grafiti. En algunos estudios se ha aludido a los vocablos anglófonos *school graffiti*, denominación demasiado general si tenemos en cuenta las distintas variables sociolingüísticas (edad, sexo, procedencia, entorno sociocultural, etc.), que pueden englobar este hecho comunicativo. A veces también se hace referencia a este tipo de grafiti mediante la palabra “pupitre”, sin embargo, los mensajes no siempre se plasman de manera exclusiva sobre mesas del ámbito educativo. Por lo tanto, al acuñar el término grafiti *in tabula*⁸ queremos identificar y aglutinar todos aquellos grafiti ubicados sobre una mesa, cuya investigación —que en nuestro estudio en particular se nutre del contexto universitario— nos permite enumerar una serie de características que confirman la exclusividad de esta taxonomía:

⁸ Término que creamos a partir del sustantivo latino *tabula*, -ae, y que enlaza semánticamente con los siguientes idiomas: al. *tisch*; esp. *tabla*; fr. *table*; ing. *table*; it. *tavola*, etc.

1. La existencia de una limitación temporal para producir el mensaje que depende de la duración de la clase que se imparte. Este aspecto contrasta con otros tipos de grafiti ubicados en diferentes espacios como por ejemplo los de *latrinalia*, donde el factor tiempo no constituye un impedimento para plasmar el grafiti.
2. El espacio sobre la mesa es limitado debido a la afluencia y confluencia de mensajes y dibujos, lo cual obliga a los nuevos creadores a ocupar huecos libres o a dejar sus grafiti superpuestos sobre otros que ya casi han desaparecido. Esta característica se opondría a las pintadas sobre una pared o un muro donde el espacio no suele ser tan reducido.
3. El uso de materiales también es limitado ya que como norma general los grafiti se inscriben con lapicero, bolígrafo o rotulador. Por el contrario, no es común la utilización de aerosoles u otro tipo de método de escritura más ligado al grafiti urbano.
4. El grafiti *in tabula* se caracteriza por ser un método de comunicación itinerante de creaciones y de creadores. Los autores ocupan varios puestos de lectura pudiendo continuar su labor grafitera en distintas mesas, lo cual posibilita una mayor difusión de los mensajes e incrementa el número de posibles receptores.
5. Se observa una reducción significativa de grafiti entre las primeras filas de mesas, ausentes o prácticamente indultadas al pincel del emisor, y las que se ubican al final, donde prolifera un mayor número de mensajes. Este hecho se debe a que la persona que imparte una clase se sitúa habitualmente delante de la primera fila de mesas, por lo que los potenciales grafiteros —aunque deseen saciar su intención comunicativa— no podrían hacerlo sin ser contemplados o incluso visualmente sancionados.
6. Los mensajes poseen un carácter efímero, puesto que suelen durar tan sólo unas semanas o unos meses, dependiendo por lo general de la perdurabilidad del material utilizado. Este dato contrasta con los grafiti de la puerta de un baño público o de un muro poco accesible que pueden permanecer intactos durante décadas.
7. Existe una relación recíproca entre el autor del mensaje y su entorno, al quedar de manifiesto que para escribir en una mesa durante el transcurso de una clase es probable que exista una cierta afinidad, o incluso complicidad, entre la persona que crea el grafiti y la que se encuentra a su lado o en las proximidades.
8. A diferencia de otras superficies en las que se hallan grafiti, el soporte mesa, o canal transmisor, facilita la aparición de diálogos y el intercambio de secuencias breves entre los allí presentes que no pueden comunicarse verbalmente durante el transcurso de una clase.

Todas estas características corroboran la taxonomía *in tabula* como una categoría exclusiva dentro de los grafiti, cuya función comunicativa posee peculiaridades sociolingüísticas que la distinguen del resto de manifestaciones similares.

4. TEMÁTICA Y CLASIFICACIÓN DE LOS GRAFITI *IN TABULA*

Una vez explicadas las características generales de los grafiti *in tabula*, nos proponemos constatar su relevancia como fenómeno sociolingüístico además de delimitar la variedad temática de los enunciados mediante un análisis pormenorizado. El corpus del presente estudio recoge los ejemplos más representativos de las más de 150 muestras de grafiti conservadas en soporte digital, recogidas durante los años académicos 1999-2000 y 2000-2001 en ocho aulas de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Zaragoza. Las aulas tenían un uso polivalente y por lo tanto se impartían periódicamente las titulaciones de geografía e historia, historia del arte, filología clásica, filología inglesa, filología hispánica, y biblioteconomía y documentación. Clasificamos los grafiti *in tabula* con respecto a su temática de la siguiente manera: enunciados relacionados con el lenguaje futbolístico y su entorno; enunciados que pertenecen al campo léxico de la sexualidad y su tipología; enunciados humorísticos; enunciados de temática amorosa, afectiva o filosófica; y enunciados de diversa índole social o misceláneos.

4.1. *Enunciados relacionados con el lenguaje futbolístico y su entorno*

La cantidad de este tipo de mensajes nos lleva a constituir con ellos un apartado independiente. Son por lo general enunciados que persiguen una función propagandística a la vez que declaran su apoyo a un equipo de fútbol en concreto. En muchos mensajes se observa un vocabulario específico propio del ámbito deportivo, así como unas formulas exhortativas que se repiten constantemente. Suelen ir introducidos por exclamaciones a modo de alabanza: ¡Viva!, ¡Aúpa!, ¡Oeoeoe!; expresiones o interjecciones de uso coloquial características del entorno futbolístico. El lector del mensaje comprende al instante que el creador del grafiti se manifiesta como acérrimo defensor del equipo de fútbol en cuestión. Dicho lector tendrá la opción de responder al mensaje para compartir o discrepar del mismo, o simplemente no darse por aludido y no responder.

Aunque la universidad congrega a estudiantes procedentes de diferentes puntos geográficos, con frecuencia, las variables de este tipo de mensa-

jes permiten determinar en parte la localización geográfica del enunciado, siendo lo más habitual encontrar un mayor número de seguidores del equipo del lugar en el que se realizan los grafiti. Como ejemplos podemos mencionar: “Logroñés forever” (Foto 3); “I love R. Zaragoza”, cuyo significado se acentúa mediante el uso de anglicismos. También se expresa el apoyo a este equipo en el siguiente ejemplo: “¡¡REAL ZARAGOZA!! Los mejores, vamos a ganar la liga”, y dentro del mismo espacio se puede leer un disimulado “ja, ja”, escrito a lápiz; interjección de la risa que nos indica que alguien no comparte el apoyo a este equipo o que, simplemente, al poseer total libertad comunicativa, entra en el juego de provocación que suele acompañar a este tipo de literatura.

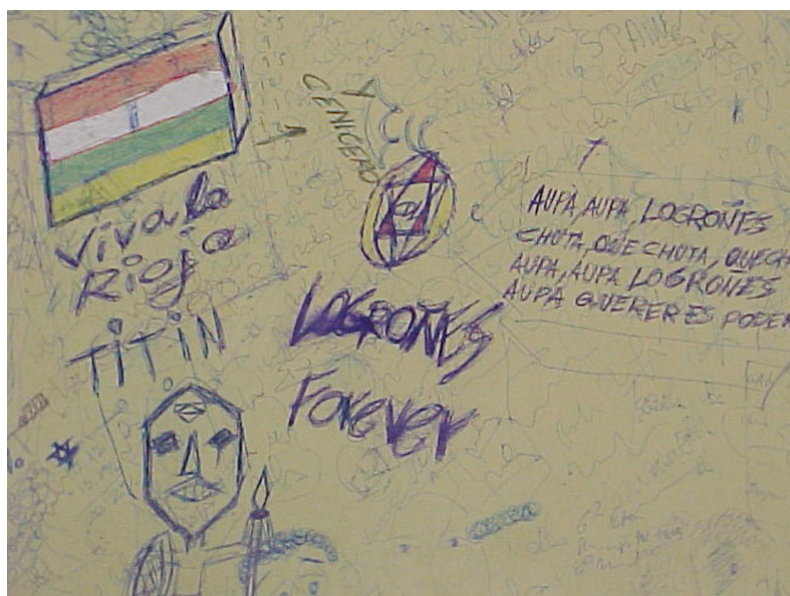


FOTO 3

Otro ejemplo lo leemos en “Osasuna”, que además de tratarse de otra acción propagandística de un aficionado nos remite al contexto social del momento en el que se creó el grafiti. En el año 2000 dicho equipo, que proviene de la ciudad de Pamplona, logró ascender a la primera división de la liga de fútbol profesional por lo que el aspecto semántico del enunciado se intensifica en consonancia con los datos contextuales y, por consiguiente, el mensaje del seguidor de este equipo podría equivaler a la siguiente interpretación: “hasta ahora hemos estado callados pero aquí estamos,

¡viva el Osasuna!”. La misma interpretación se puede aplicar al grafiti: “AÚPA NUMANCIA”, donde la interjección “aúpa”, que comúnmente se utiliza para animar a alguien a levantarse o a levantar algo, acompaña al nombre del equipo de fútbol que proviene de la ciudad de Soria y que también logró el ascenso a la primera división. Por otro lado, quizás por entrar en el juego de provocación, algunos mensajes dentro de esta temática denuncian sin acritud la excesiva influencia que este deporte ejerce en los medios de comunicación y en la sociedad española: “Tontolabas futboleros (vicio), putos futboleros” (Foto 4).



FOTO 4

4.2. *Enunciados que pertenecen al campo léxico de la sexualidad y su tipología*

Como sostiene Jane Gadsby, “graffiti may serve as a psychological safety valve for the expression of sexual impulses” (1996: 13), por lo que es frecuente hallar multitud de mensajes dentro de este ámbito. Y sin duda esta temática comparte con los grafiti de *latrinalia* la ausencia de restricciones sociales para recoger sentimientos variados de manera casi ilimitada (Bartholome y Snyder 2004: 86). Con este tipo de enunciados se intenta poner de manifiesto la libertad creadora y comunicativa, haciendo uso de un ca-

nal de comunicación poco convencional para poder expresar aquello que la sociedad define como tabú (Uribe 1970: 71). Algunos de estos enunciados concentran el mayor número posible de palabras clave para dotar al mensaje de un efecto humorístico. Como ejemplo podemos mencionar el carácter claramente sexista y machista de algunos de ellos: “Solterona: Mujer que ha pasado 40 Navidades y ninguna noche buena” (Foto 5), donde irónicamente se oponen en un juego de palabras las dos festividades del calendario cristiano, asociando la Nochebuena con el bueno sexual de haber tenido una experiencia de este tipo con un hombre.

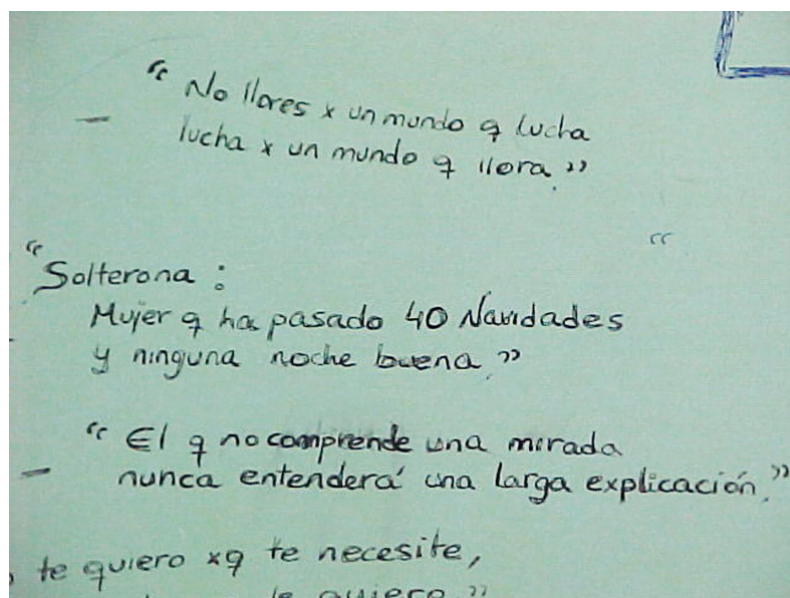


FOTO 5

También se observa una marcada predilección por crear términos que describen partes de la anatomía genital masculina o femenina. Esta idea se amplifica mediante la creación de un símil o incluso un falso sinónimo para referirse a estas partes del cuerpo. Tal es el caso de las frecuentes listas de palabras que desempeñan una mera función lúdica dentro de la provocación. La autoría en este caso es múltiple, puesto que el grafiti consiste en crear una lista de sinónimos potenciales que equivalgan a la palabra “pene”, siempre y cuando los términos atribuidos guarden una relación lógica respecto a su significado. La variable geolingüística, presente a menudo en estas listas de palabras, corrobora que algunos de los términos atribuidos son

accesibles tan sólo para una comunidad concreta de hablantes: “Pene, pija, pinha, pichote, poya, cimbe, lamberto, rabo, rabel, nardo, cipote, cipotegato, cola, clavija, pistola, apéndice sexual, prolongación de los huevos, rabo, puro, faria, farinete, flauta, barrena, pijo, pito, pichina, chorra, badajo, black n’deager, chorizo, longaniza, cachiporra, cloqueta o croqueta, banana, plátano, pepino, tranca, verga, baguette, trabuco, canario o buitre (pajarillo o pajarraco), taba, falo, cogollo, cimborrio, mandoria, jostick, nabo, etc.”

Dentro de este ámbito léxico abundan los mensajes que hacen referencia al aparato genital masculino, aunque más en concreto se refieran al estereotipo social sobre el tamaño del mismo. Con este tipo de enunciados se busca persuadir al receptor y conseguir una reacción de carácter inmediato como fruto de una alusión explícita. El grafiti aquí no constituye un enunciado final, sino que busca una respuesta que entre en el uso de términos semánticos similares, aunque a partir de una peculiar retórica que a veces se asemeja al discurso poético, y que en el grafiti que recogemos pertenece a la letra de la canción “Un burdo rumor” del disco *La mandrágora* (1981) del cantautor Joaquín Sabina: “No sé de tus escalas, por lo tanto eres muy dueña de ir por ahí diciendo que la tengo muy pequeña... aunque en rigor no es mejor por ser mayor o menor” (Foto 6).

De la misma manera, en otros grafiti se mezcla un seudodiscurso literario con un propósito jocoso en el que se insta al lector accidental a seguir

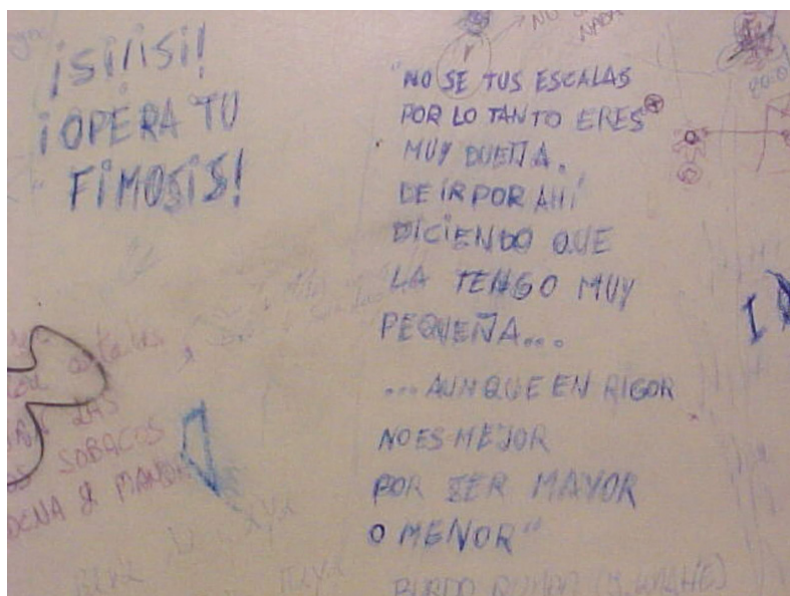


FOTO 6

una recomendación. El carácter humorístico no sólo resulta de la mezcla del lenguaje culto y del popular, sino también de la función apelativa del lenguaje proyectada en este caso hacia un público masculino, uniendo la crítica social a un efecto sorpresa final como colofón del mensaje, como ocurre en el siguiente ejemplo: “Abandonad pobres mortales estas temidas y aburridas clases y lanzaos sin remilgo alguno a saquear los sucios placeres de este mundo. Que en cada puerto os espere alguna fulana que con la boca os la pele, ron, pastillas, porros o farlopa cualquier camino es bueno para arrancar la popa, cualquier final no es malo menos el de las listas del paro”. En la misma línea de significado se inscriben las adivinanzas elaboradas a partir de una rima con el objetivo de que sean resueltas por lectores que caigan en el juego de provocación, aunque en ocasiones no haya que ser muy ingenioso para tratar de adivinar qué palabra o vocablo se esconde detrás del grafiti: “Coge maletas y te crecerán las” (tetas); “Tómate un bizcocho para que se te caliente el ” (chocho); “Lagartija para que te crezca la” (pija); “Mete un bulo para que te den por el” (culo). Como observamos, algunos de estos enunciados se valen igualmente de un propósito lúdico para persuadir al receptor.

4.3. *Enunciados humorísticos*

El término grafiti suscita en muchos casos una amplia y tímida sonrisa, al plantearse con frecuencia como un hecho comunicativo que permite expresar aquello que no se puede manifestar de viva voz. Los grafiti de *latrinalia* son posiblemente los que poseen una mayor dosis humorística, por lo que muchos de ellos aparecen recopilados en libros como los de Mockridge (1968) o Kilroy (1980; 1983), tal y como señala Nash:

The graffito master who propounds the equation I drink, therefore I am; I'm drunk therefore I was, invites us to enjoy locatively his word-play and his skewed grammar; but this we cannot do without first recognizing the derivation of his joke in the Cartesian *cogito, ergo sum*, “I think, therefore I am.” Academic humour is often a game of recognize-the-quote; but there are ordinary, unacademic, man-in-the-street jokes that also rely on textual allusion, i.e., on references to things said or written in political speeches, advertisements, TV shows, etc. [...] Who was Kilroy, polytropic hero of so many brief mural histories? A disgruntled, many-times-posted soldier? An engineer (as has been suggested) in a US Navy maintenance yard? It hardly matters. We recognize the verbal pattern of his joke, Kilroy was here, and accept it as the ground out of which other jokes can grow. The intention to joke, as we have already seen, can be announced by a form, and there are many “micro-forms” which invite the respondent to play the jesting game (1985: 40).

Resulta difícil precisar hasta dónde se extiende esta variante puramente humorística, puesto que el grafiti se caracteriza, en efecto, por una inextri-

cable unión entre el humor y su capacidad comunicativa. Este deleite humorístico instantáneo se busca igualmente en los grafiti *in tabula*, ya sea en su configuración o por lo inusitado de poder leer un enunciado de tales características sobre una mesa. A diferencia de otras categorías temáticas de grafiti *in tabula* en las que se persigue una interacción, aquí son pocos los que poseen un carácter conversacional y, al no requerir una respuesta escrita, la inmensa mayoría suelen tener un valor meramente declarativo. Se caracterizan por la mezcla de elementos que no suelen ir unidos en el discurso oral, y en los que predomina una parodia que a menudo termina como colofón humorístico. Simplemente se plantea un punto de vista o un comentario y precisamente, al primar su caracterización humorística, no se busca la reacción del receptor ni la provocación y posterior persuasión para que continúe una cadena de mensajes; si bien es cierto que en algunos de ellos se subraya un tipo de humor sexista que posiblemente recibirá respuesta de los lectores accidentales que deseen contribuir al texto ya iniciado. Como ejemplo podemos citar, “¡¡¡Pedaso de invento la gaseosa!!!” (Foto 7), célebre frase que proviene de la película *El milagro de P. Tinto* (1998) del director madrileño Javier Fesser, donde se crea un doble juego semántico aunando dos términos que no están relacionados, la gaseosa, una bebida propia del ámbito doméstico y su denominación como invento, atribuyéndole cualidades como algo sorprendente o singular, cuando en realidad no posee ninguna de estas características. A diferencia de la frase original: “¡Pedazo de invento la gaseosa, macho!”, la persona que escribe el grafiti opta por modificarla y crear un juego onomatopéyico con el sonido s, quizás para recrear el sonido que produce esta bebida o para imitar cómo sería la pronunciación en algunas zonas del dominio panhispánico⁹.

Otros enunciados persiguen crear un cierto suspense humorístico enlazando dos ideas que conforman a su vez una paradoja: “LA MIERDA ES SANA pues... 100.000.000 de moscas no pueden estar equivocadas” (Foto 8); o con un valor polisémico: “Paso de libros, paso de apuntes, paso de profesores, paso de todo menos de curso”.

En otros ejemplos observamos expresiones populares arraigadas en el discurso, proverbios o refranes que se adaptan deliberadamente para crear un efecto humorístico. Por ejemplo, “Dame porro y dime tonta”, donde se ha transformado el popular refrán: “Dame pan y dime tonto”. A veces, dentro de la misma línea irónica, la mesa se convierte en una minipancarta publicitaria, demostrando así cómo los creadores de los grafiti son conscientes

⁹ El uso de las formas coloquiales se halla vinculado a la jerga juvenil y en algunos casos barrial, como se advierte en el título de la serie cómica de mediados de los años ochenta de la revista *El Jueves*: “Makinavaja: el último chorisó”.



FOTO 7

de su potencial comunicativo, “Alpargatas Jacobo, las auténticamente rurales más de pueblo que un kilómetro de ribazo”, donde en el vocablo “ribazo”

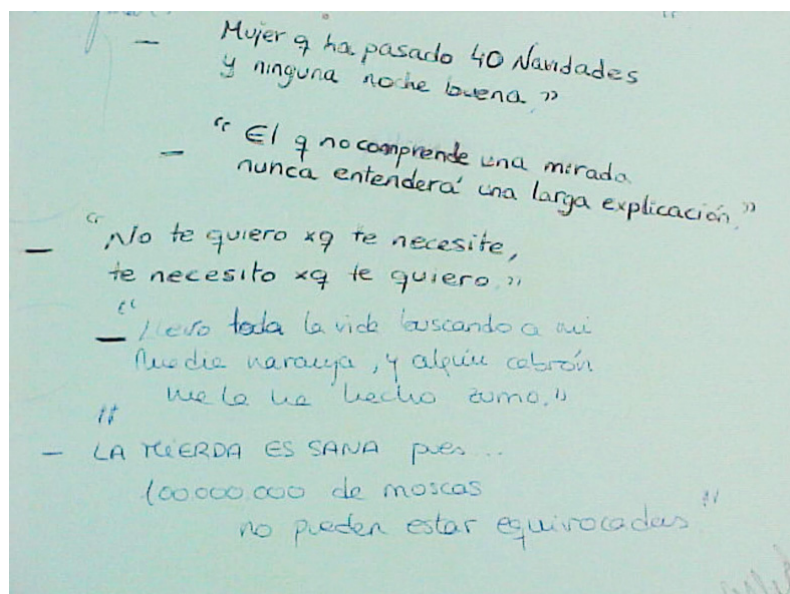


FOTO 8

aparece la variante geolingüística que condiciona el significado del mensaje, ya que dicho término se utiliza en Aragón para denominar el límite que separa dos campos o extensiones de cultivo, y la frase en su conjunto nos remite además a la expresión típica aragonesa, “Eres más de campo que un metro de ribazo”¹⁰.

Otros mensajes manifiestan por escrito el grado de atención mantenida durante una clase, o la sensación producida en relación con la persona que está impartiendo la clase durante la cual se realiza el grafiti. Ya sea mediante un simple “ME DUERMO” (Foto 9), cuya respuesta se elabora en otras lenguas, “Je suis très mal, et toi? Moi aussi, moi Non - I am very bad” (Foto 9); “yo me muero”; brevemente, “yo TB” (yo también) (Foto 9); de manera explícita en clave de humor: “¡¡¡DIOS!!! Dejo mi herencia a todo aquel que se digne a soportar tres horas con Bielza encerrado en un aula “Un sufridor”, o en el siguiente ejemplo en que una autora deja testimonio gráfico de su

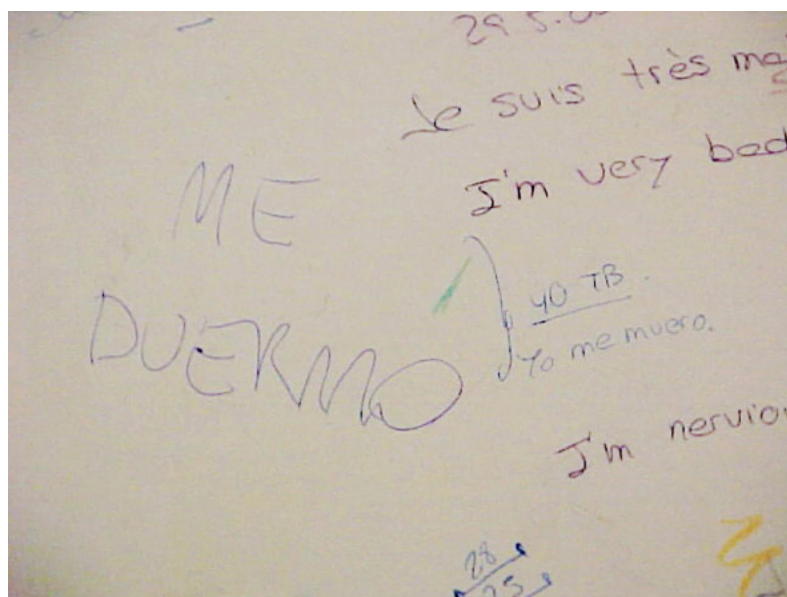


FOTO 9

¹⁰ La relación entre el grafiti *in tabula* y la retórica publicitaria se pone de manifiesto en el uso de formas exhortativas, así como en los enunciados breves en los que se condensa el significado. El potencial comunicativo y reivindicativo del grafiti *in tabula* se ha visto notablemente mermado debido a la renovación del mobiliario universitario, en cuyas mesas de superficie plastificada resulta más difícil escribir, y a la aparición de Internet, las redes sociales, los blogs, etc., que se han impuesto en el entorno universitario como alternativas comunicativas y de expresión de mayor alcance.

paso tal y como explícitamente afirma ella misma, para lo que recurre a técnicas visuales como el subrayado o el uso de mayúsculas: “No entiendo cómo puedo aguantar a este pesado, este tío resuelve el problema del insomnio, si alguien no acaba con él tendré que hacerlo YO MISMA” (Foto 10)¹¹.

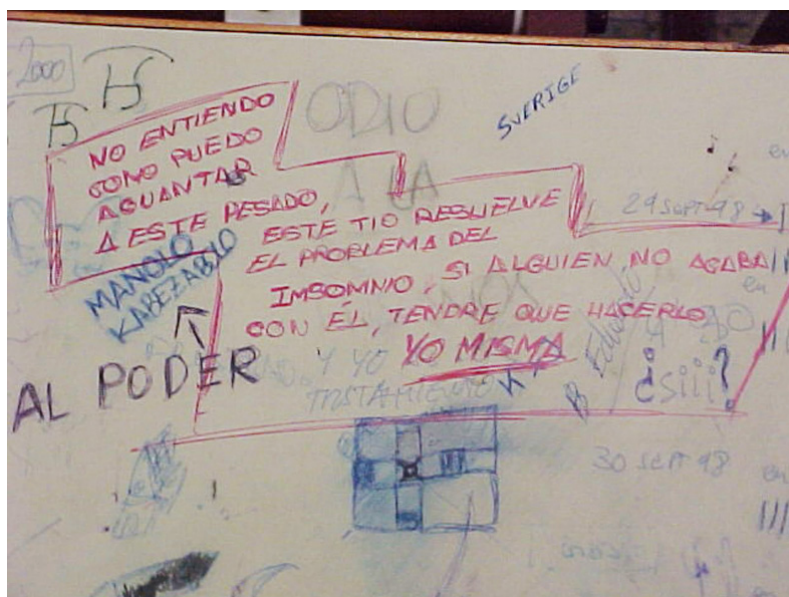


FOTO 10

4.4. Enunciados de temática amorosa, afectiva o filosófica

Como sucede con los enunciados humorísticos, y a diferencia de los diálogos colectivos, algunos de los mensajes dentro de este apartado se caracterizan por no esperar una respuesta del receptor del grafiti. Simplemente recogen una frase que pretende transmitir una enseñanza sobre algún tema afectivo. En ocasiones el significado de este tipo de enunciados se ve enrevesado, de manera que resulte de difícil comprensión, y así el mensaje deba ser releído para llegar a su correcta recepción. Algunos ejemplos: “Me interesa el futuro porque es el sitio en el que voy a pasar el res-

¹¹ Aunque en este caso se trata de una autora, en general resulta difícil establecer el género de la autoría de los grafiti *in tabula*, lo cual hace que no constituya un aspecto relevante para su análisis. Por el contrario, esto no ocurre en los grafiti de *latrinalia*, donde el género es una parte importante de su valor interpretativo.

to de mi vida”; “No llores x un mundo que lucha, lucha x un mundo que llora” (Foto 5); “El q no comprende una mirada nunca entenderá una larga explicación” (Foto 8); o “No te quiero xq te necesite, te necesito xq te quiero” (Foto 5), donde el signo matemático de la multiplicación, que se ha ido incorporando paulatinamente al lenguaje de los mensajes de texto por su carácter homófono con la preposición “por”, contribuye a reforzar el aspecto lúdico presente en el mensaje. Otras veces se construyen frases dentro de la misma línea de significado que no esperan respuesta alguna: “Cuando estoy a tu lado me siento como un niño en el vientre de su madre calentito y protegido no siento dolor no siento tristeza se borran las penas de mi cabeza”; o que critican abiertamente la disciplina impartida, “Y como diría tu primo ¿y qué tiene esto que ver con la literatura? Nada”, o mediante frases falsamente atribuidas a personajes históricos o que pertenecen a un ámbito concreto del saber: “Cuando me miras me matas porque cuando me miras me haces ser (J. P. Sartre)”.

Dentro de este apartado temático, no obstante, es donde se originan diálogos colectivos en los que el emisor plantea un problema persuadiendo al receptor para que responda, por lo que el éxito de la comunicación depende de si el grafiti que inicia la cadena de mensajes recibe o no una respuesta. Este método crea una cadena interactiva de mensajes que se ramifican en un sinfín de enunciados, generalmente en clave de humor, que responden a una pregunta previamente formulada y que, como explica Goikoetxea, “sitúa al receptor en un papel activo, promueve la interacción y hace del medio mural un medio interactivo” (1998: 63). Para ilustrar la popularidad de este método de comunicación, tomamos el siguiente ejemplo de diálogos colectivos elaborados por Ian Frazier a partir de un análisis de grafiti en los puestos de lectura de la biblioteca de la Universidad de Columbia¹²:

Mostly, the grafiti is about longing. Libraries generate longing. It collects in the shelves and rustles under the desks and zaps people like static electricity. At Butler, the character of longing is mostly male. More women should write on these desks, to improve the mix. Guys write, “Mary P. I’m in total love with you,” and “There’s this beautiful girl sitting in front of me; I cannot study,” and they ask specific women for dates, and they say, “I want to make love to you in the stacks,” and they describe acts they say they’ve committed on these very tables [...] and they say that the best reason to go to Columbia is a certain woman named So-and-So, and they expound on amatory things they did or do. A woman’s hand responds: *You wish*” (Frazier 1995: 188).

¹² Pese a las semejanzas que pueda compartir el grafiti *in tabula* en una mesa de una biblioteca o de un aula universitaria, cabe destacar que el emisor en un aula disfruta de una menor libertad grafitera.

Ya sea sobre la mesa de una biblioteca, como en el ejemplo que acabamos de mencionar, o en cualquier otra ubicación, compartimos el mismo punto de vista que Mireya Angulo, quien matiza que los grafiti en general poseen una clara función expresiva con independencia de la ubicación en la que se encuentren, ya que “estos mensajes establecen cadenas de comunicación que van más allá de la simple nota huérfana en una pared o en una puerta [y] se convierten, así, en una vía no sólo de expresión, sino también de comunicación alternativa” (Angulo 2006: 2).

4.5. *Enunciados de diversa índole social o misceláneos*

En esta clase de mensajes predomina una variable social que con frecuencia nos proporciona datos extralingüísticos que permiten recuperar el contexto coetáneo al momento en el que se confecciona el grafiti. Tal es el caso de: “PSOE choricillos”, donde el uso del vulgarismo “chorizo”, equivalente a las palabras ratero o ladrón, junto con el diminutivo, añade un matiz irónico a la vez que lo relaciona contextualmente con la sucesión de hechos de corrupción de algunos miembros del Partido Socialista Obrero Español acaecidos a finales de los años noventa. Otro ejemplo dentro de este ámbito político lo leemos en la alabanza: “VIVA LA REPÚBLICA” (Foto 11), que no necesita explicación, o “Vascos Radicales = Pendejos”, donde



FOTO 11

de manera poco convencional se critica la radicalización de la escena política en el País Vasco.

Del mismo modo, en el grafiti “Castro Extradición” (Foto 12), se lleva a cabo una reivindicación de carácter ideológico. En concreto se hace referencia al arresto y posterior proceso judicial iniciado en Reino Unido a finales de 1998 y principios de 1999 contra el ex mandatario chileno Augusto Pinochet. Por lo tanto, este significado contextual se articula en el grafiti de manera reivindicativa y en relación con el líder cubano Fidel Castro para así extrapolarlo a otro contexto y generalizar la intención crítica, a la vez que se condensa el significado en tan sólo dos palabras: “to get maximum communication value with a minimum number of words [by altering] an already existing expresión” (Nilsen 1980: 236).

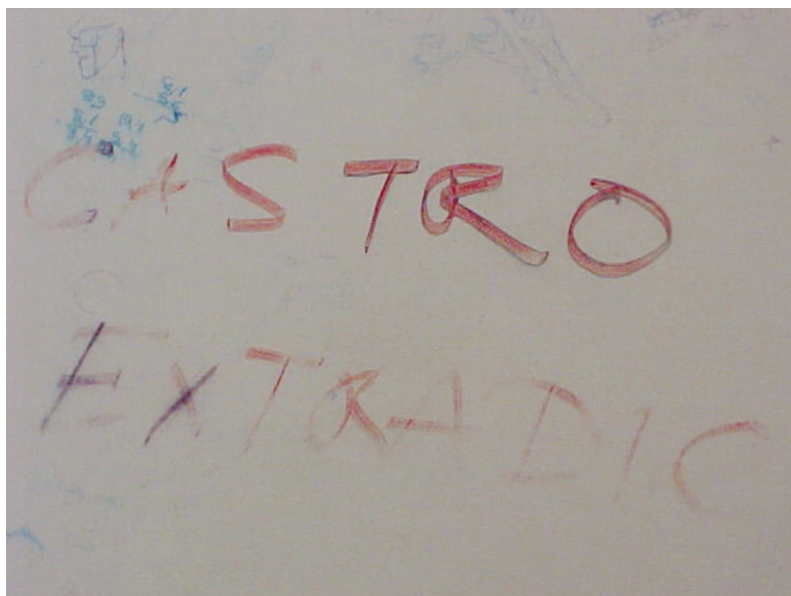


FOTO 12

Un ejemplo recurrente, más propio del grafiti urbano y que automáticamente equiparamos al nazismo y a su ideología, lo observamos en el uso de la esvástica. En algunas mesas aparece este icono debido a la explícita provocación que conlleva dicho símbolo y que, sin embargo, en la mayoría de los casos no va más allá. En los siguientes dos ejemplos podemos ver cómo se responde directamente ante tal imagen. Posiblemente, por la vinculación histórica de algunos países en los contenciosos que asolaron

Europa durante la Segunda Guerra Mundial, algunos receptores se sienten objeto de esta provocación visual, no permanecen impassibles y responden de manera consecuente: respuesta en italiano (esvástica) “Filio de putana” (Foto 13); respuesta en francés (esvástica) “Fais l’amour avec mon chien” (Foto 14).

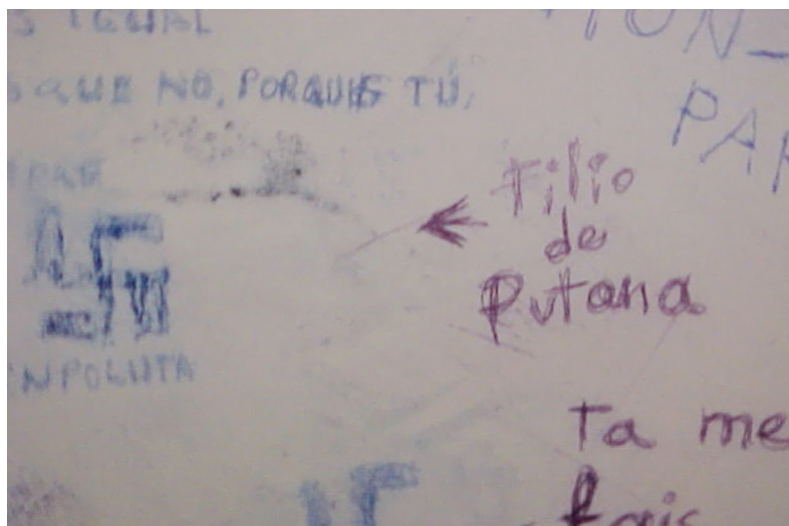


FOTO 13

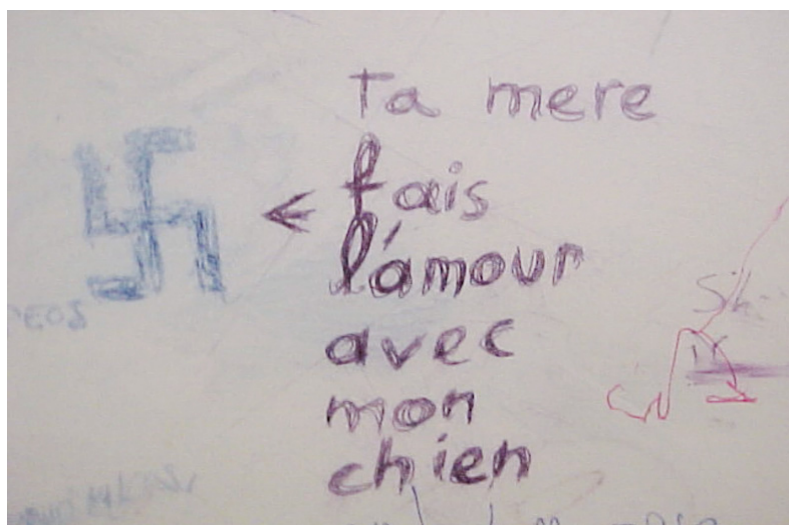


FOTO 14

La presencia de estudiantes de diversos países europeos a partir del intercambio institucional entre universidades nos puede llevar a la hipótesis de que provocados e históricamente heridos ante el ataque que supone este símbolo para su conciencia colectiva, se ha cumplido el objetivo del autor del grafiti: obtener una respuesta. No podemos deshacernos completamente de la hipótesis de manipulación como parte de la provocación que conlleva el grafiti, aunque lo que realmente nos interesa aquí es el resultado final, es decir, la reacción del lector accidental que es el único que ostenta la capacidad de ignorar o contribuir a perpetuar el acto comunicativo.

La televisión juega igualmente un papel muy importante en la creación de grafiti al ser uno de los mayores canalizadores de contenidos culturales de la sociedad actual. Un tema presente en muchas mesas proviene de la primera edición del *reality show* Gran Hermano, emitido de marzo a junio del año 2000 por la cadena española de televisión Telecinco, cuya trascendencia social puede juzgarse por la polémica a la que dio lugar en los medios periodísticos aragoneses:

Al hilo del fenómeno televisivo son parangón que es Gran Hermano [...] al margen de su contenido, el programa de Telecinco que fulmina récords de audiencia es un elemento dinamizador que va a transformar un paisaje audiovisual demasiado conservador. [...] La sociedad de telespectadores de Aragón (ATRA) [...] manifiesta que “nos parece que la idea que sustenta al programa es rechazable de raíz ya que atenta contra un principio básico e irrenunciable que garantiza la dignidad de la persona humana, como es la intimidad”. [...] El comunicado concluye expresando el respaldo de la asociación “a todos aquellos telespectadores que han decidido no ver el programa y mantener intacto su nivel intelectual y ético” y animando a estas personas a que continúen en esa línea porque estamos convencidos de que son estas minorías mayoritarias que no aparecen en los índices de audiencia las que lograrán cambiar no sólo a la televisión, sino también a la sociedad (Gallego 2000: 34).

Debido a la variedad temática de los grafiti sabemos que son muchos los temas que preocupan a los estudiantes universitarios y que la televisión, sin duda, es el centro de conversaciones que posteriormente se registran sobre las mesas. Dicho programa de televisión tenía como objetivo recluir a una serie de personas de ambos sexos para que convivieran en una casa durante noventa días, rodeados de cámaras de vídeo y en donde podían ser controlados visualmente por los espectadores las veinticuatro horas del día, y así dejar que los televidentes decidieran quién podía continuar en la emisión y quién ser expulsado de la casa. La proyección social del programa fue mucho mayor de la esperada y al igual que se recogen mensajes de oposición política, también se pueden leer aquellos que apoyan o condenan la conducta de los distintos concursantes que habitaban la casa de Gran

Hermano. Uno de los protagonistas, Jorge, era originario de Zaragoza, por lo que este hecho todavía contribuía más a la multiplicidad de enunciados sobre el programa de televisión, como por ejemplo, “Llamad y votad para que se vaya Jorge y podréis ganar sólo con llamar 500.000 pesetas”, imitando la manera en la que se invitaba al espectador a emitir su juicio, aunque expresando a la vez la poca simpatía que se profesaba a escala general por este personaje. Ante este enunciado muchos receptores no se quedan sin contribuir a lo que es un auténtico fenómeno social y dentro del mismo grafiti leemos cómo responden, “no te lo creas”; “si no perderás 300 pesetas”, mostrando escepticismo ante el premio que se anuncia por llamar, puesto que el beneficio del importe de la llamada revertiría en la propia cadena televisiva. Otros grafiti sobre el mismo individuo televisivo se hacen eco de una de las frases que el concursante zaragozano de Gran Hermano solía pronunciar, haciéndonos partícipes del origen compartido con muchos grafiteros y que demuestra cómo se incorporan en el discurso expresiones canalizadas a través de la televisión que acaban por ser de dominio público, “¡¡¡QUIÉN ME PONE LA PIERNA ENCIMA PARA QUE NO LEVANTE CABEZA!!!” (Foto 15) “JORGE DE ZARAGOZA CAPITAL”; dando muestras de ánimo a este personaje, “¡¡AGUANTA JORGE!!” (Foto 16); o manifestando el carácter panóptico de la emisión televisiva, “El gran hermano te mira”.

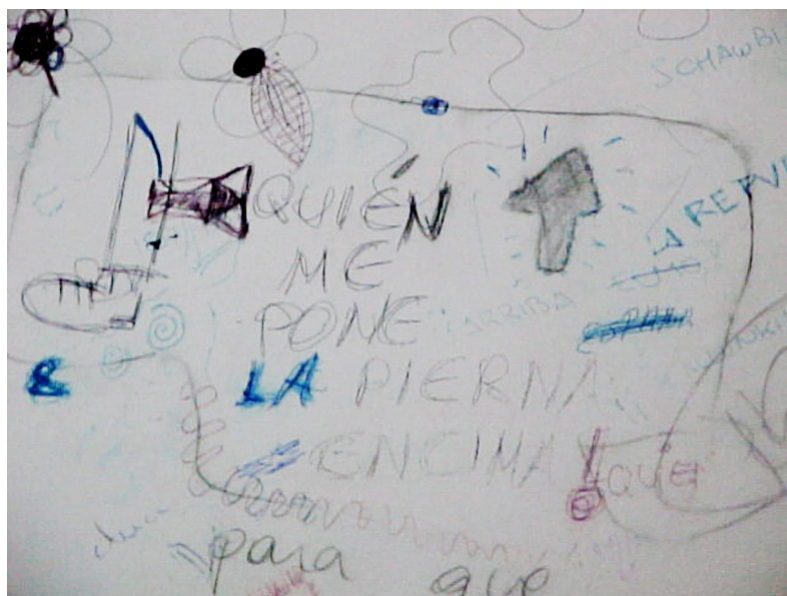


FOTO 15

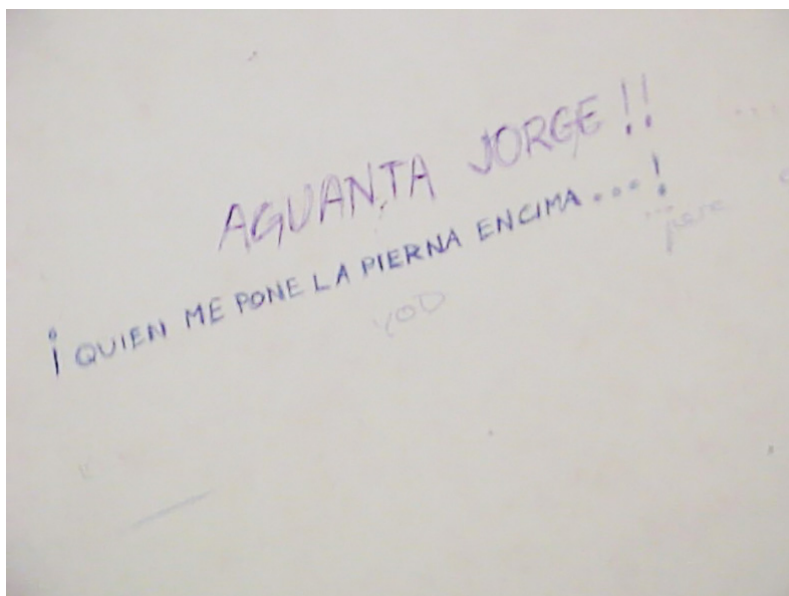


FOTO 16

Se incluyen, además, alusiones al entorno familiar del personaje basadas en las noticias o rumores infundados que, fruto del aumento de la popularidad de Jorge, se filtraban en la prensa así como en la televisión, “Soy el hermano de Jorge en el colegio me llaman hijo de puto”, que responde a un enunciado precedente, “Soy el padre de Jorge ahora ‘trabajo’ más Fdo. Sargento Pepis”; “Soy la madre de Jorge... voy a suicidarme. Fdo. Desesperada”; “He estado 5 años saliendo con Jorge el de Gran Hermano que ahora se ha liado con esa zorra. ¿Qué hago? Fdo. Patricia”; o una vez más manifestando el grado de aceptación que obtenía este personaje en la audiencia, “Jorge no aguantes, vete cuanto antes- (respuesta) te ha hecho caso”, y la decisión de Jorge de abandonar por su propia voluntad la emisión en vez de esperar a que la audiencia votara su salida del programa. Por consiguiente, como confirmación contextual de la trascendencia de este fenómeno televisivo en la sociedad española, la prensa se hizo eco del final de la emisión:

De nuevo el polémico experimento de Telecinco demostró su tirón y se convirtió en el rey de la tele en su última edición de 2000 [...], tuvo su mejor momento al captar la atención de 11.393.000 personas (81,8% de share) [o también en momentos como] la salida de María José que protagonizó con Jorge la primera historia de amor del concurso [...]. Y es que tres meses han dado para mucho,

sobre todo a los concursantes, que se han convertido en personajes tan populares que, gracias a la poderosa televisión, han encontrado trabajo en este negocio (Monjas 2000: 45).

Estos enunciados demuestran cómo se adapta el discurso verbal de manera *in tabula*, llegando a su fijación por escrito, y cómo este tipo de grafiti nos proporciona datos concretos que permiten reconstruir su significado. De no ser así, no se podría descifrar la intención comunicativa ni la relevancia contextual de los mensajes.

De igual modo, en el siguiente ejemplo se enlaza directamente con el contexto coetáneo a la fijación del mensaje, “Hola cara bola estoy hasta allá arriba del calor que hace en clase y de lo guarro que está todo, ya les podrían subir el sueldo a los de la limpieza y dejarse de malos rollos”. Aquí se alude a la huelga llevada a cabo por el servicio de limpieza de la Universidad de Zaragoza en el año 2000. Resulta significativo que estos enunciados, pese a su carácter efímero, nos permitan una vez más recomponer la relevancia comunicativa del mensaje y establecer su referente contextual, tal y como comprobamos en la siguiente noticia:

Los trabajadores de limpieza de edificios y locales de Zaragoza, un sector que da empleo a cerca de 7.000 personas, iniciaron ayer una huelga indefinida en protesta por el bloqueo que sufre su convenio. [...] El conflicto de limpieza de edificios y locales se encuentra en punto muerto. Tras ocho días de huelga no parece vislumbrarse una solución ni fácil ni rápida para la protesta laboral. [...] Entre tanto la basura continuó ayer acumulándose en edificios y empresas. Los efectos de la huelga son ya bien visibles en colegios, universidades y otros centros públicos y privados y las quejas de ciudadanos y usuarios se suceden (*Heraldo de Aragón* 2000: 54).

Como parte de la expresión de identidad, algunos grafiti manifiestan una abierta publicidad de grupos musicales con los que simpatiza el autor al firmar con el nombre del grupo en cuestión, o mediante una representación de su eslogan característico. Esta forma expresa un deseo de vinculación, al ser la música un fenómeno social propio de una época concreta fácil de enlazar con un colectivo social determinado, como manifiesta el grafiti “Escorbuto”, que además de ser el término médico de la avitaminosis producida por el déficit de vitamina C, corresponde al nombre de un grupo vasco de música de los años ochenta de estilo punk; o en el siguiente ejemplo: “Como almas en pena deambulan por la gran ciudad son los hijos del asfalto heavy metal es su única verdad, son rebeldes del cuero vibran sin cesar melenas al viento tachas y metal ¡SPEED METAL A TOPE!” (Foto 17), letra de la canción “Rebeldes de cuero” que pertenece al disco *Huracanes del metal* (1997) del grupo de música *heavy* Gigatrón.

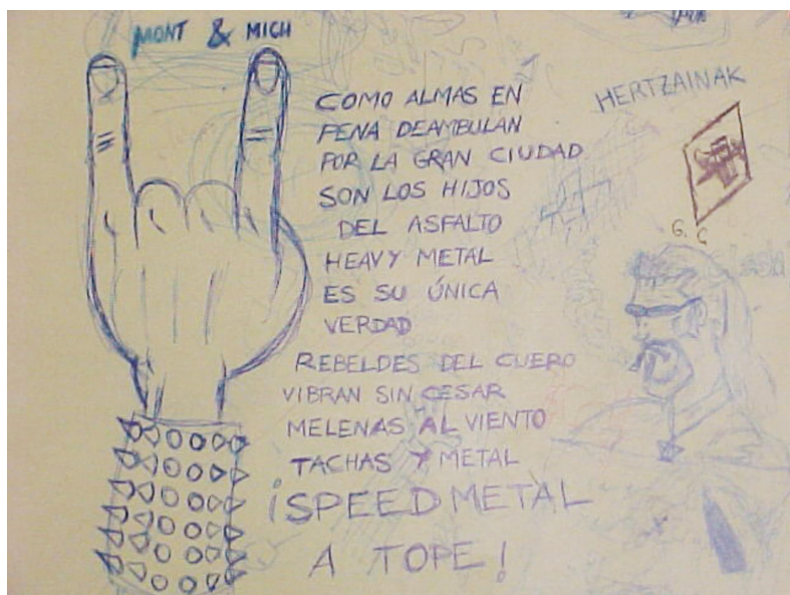


FOTO 17

Otro ejemplo dentro de esta categoría es un grafiti de grandes dimensiones realizado con rotulador: “Leño” (Foto 18), que recupera el nombre

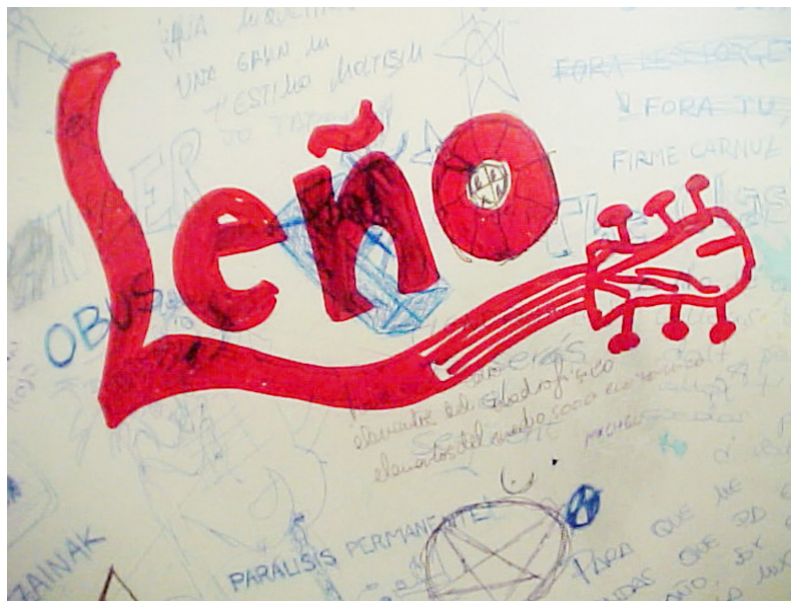


FOTO 18

de un grupo de rock urbano madrileño de finales de los años setenta y de principios de los ochenta que se caracterizó por sus canciones con temáticas de protesta social.

Dentro de este apartado, por último, se intercalan numerosas referencias de carácter geográfico que aparecen para dejar constancia escrita sobre un lugar concreto a modo de reclamo publicitario, para dar a conocer un lugar, como identificación cultural, o a modo de reivindicación con elementos visuales como banderas u otros símbolos que pertenecen a dicha localización geográfica. Tal es el caso de: “Viva la Rioja” (Foto 3), “DAROCA ¿la conoces? ¡entra!” (Foto 19), “Scotland”, o “TERUEL EXISTE” (Foto 20), plataforma reivindicativa creada en 1999 que exige un trato más justo para la provincia homónima y que todavía existe en la actualidad.



FOTO 19

Como hemos visto, cierto ingenio predomina en el grafiti *in tabula*, así como en su iconografía, aunque siempre dentro de un código semántico característico que lo define; “un entorno de reflexión, foro de debate y escape de conflicto en lo cultural, social o político” (Figuerola-Saavedra 2007: 115), que permite llamar la atención sobre aquello que no se puede expresar a través de otros canales de comunicación.

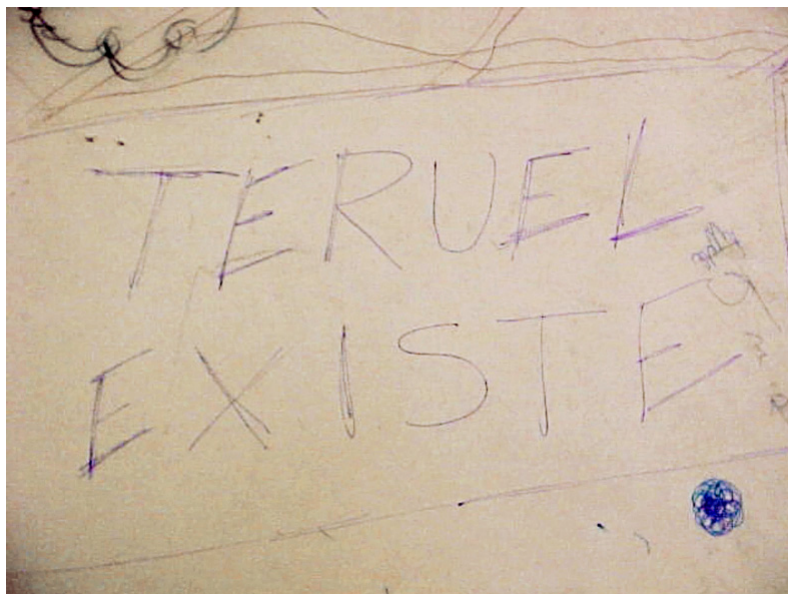


FOTO 20

5. ICONOS-GRAFITI

Para concluir el análisis haremos referencia a algunos iconos-grafiti o dibujos que se inscriben dentro de la misma actitud lingüística que caracteriza a los grafiti *in tabula* y que, en alguna medida, se localizan sobre las mesas con una intención comunicativa de naturaleza reivindicativa o meramente artística. Muchos de estos grafiti carecen de un aparente valor estético, sin embargo también existen otros que nos hacen posar la mirada durante unos minutos para tratar de comprender cómo con un bolígrafo, un lapicero o un rotulador, se puede realizar un dibujo de ciertas características y forjar un estilo peculiar. Un claro ejemplo son las denominadas *tags*, o firmas, que sirven para plasmar el seudónimo de un autor que, a modo de huella, constata el paso del grafitero, como por ejemplo en los dibujos firmados por Jay (Fotos 21 y 22), y cuya diversidad creativa no esconde los rasgos en común “que hacen de ella una verdadera unidad de creación artística en lo que a sus valores expresivos y técnicos se refiere [y por] la naturaleza críptica del grafiti” (De Diego 2008), y que guarda una estrecha relación con el grafiti urbano¹³.

¹³ En la actualidad se está revitalizando el interés por el grafiti en el mercado del arte. Valga a modo de ejemplo la obra del grafitero noruego Dolk, o los trabajos del



FOTO 21

Algunos enunciados anteriores o coetáneos al grafiti, o diversos emblemas icónicos, no necesitan complemento textual alguno, al ir acompañados de un objeto-imagen cuya representación icónica prevalece sobre la verbal. Como apuntábamos anteriormente, el soporte mesa conlleva una limitación tanto temporal, espacial, como de calidad pictórica, por lo que no cabe esperar que dichas imágenes sean consideradas dibujos murales, tal y como ocurre con el grafiti urbano. Aún así, es llamativo el hecho de que sobre las mesas también hallemos abundantes imágenes que persiguen una patente intención comunicativa o pictórica, como defiende el grafiti *in tabula*, “No me jodas los dibujos”. Aunque a veces se trate de unos escuetos traza-

británico Banksy, cuya trayectoria relata él mismo en el documental *Exit through the Gift Shop* (2010). También algunos artistas ya consagrados han incluido el grafiti entre sus técnicas pictóricas, como es el caso del pintor norteamericano Cy Twombly, cuyo cuadro *The Italians* (1961), que actualmente se expone en el Museum of Modern Art de Nueva York, es un fiel reflejo de esta influencia. En la información que acompaña al cuadro se puede leer: “Wild, scribbled, graffiti-like marks energize the expansive white surface of *The Italians*, revealing the artist’s sensuous joy in manipulating his medium. The explosion of signs, ironically, is not without order or clarity: the rubbing of charcoal on the far left side of the canvas reveals the stretcher bar beneath it, a red heart can be seen at the bottom, and ‘roma’ is written just beneath the artist’s signature at the top right” (Museum of Modern Art of New York).

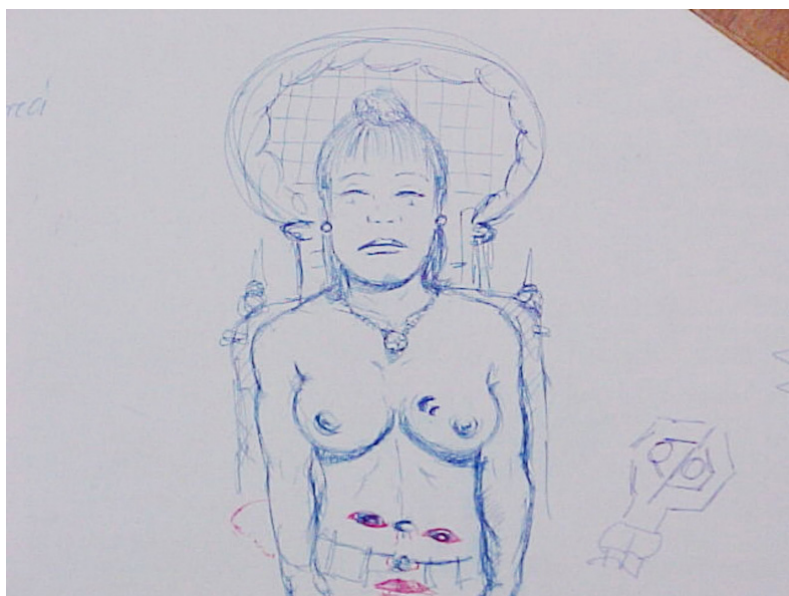


FOTO 22

dos debido al poco tiempo de planificación y de ejecución, revelan referencias contextuales a las que inevitablemente nos enfrentamos como lectores: “An information gap exists between the graffitist and the reader who has to solve the problem the graffito poses. [...] They are, in fact, genuine word games, literal examples of word play which exploit unusual representations of words through a mixture of icons and letters” (Chiaro 1992: 27). Por lo tanto, una imagen puede complementar el texto en su significado, lo cual “tiene su manifestación más evidente en los caligramas y en la poesía visual” (Garí 1995: 169). A modo de ejemplo podemos señalar un rostro masculino frontal en donde se contemplan rasgos de corpulencia (Foto 23). A un lado del dibujo vemos un taladro en movimiento cuya hipotética marca, Bosch, nos ayuda a comprender la referencia a este utensilio de bricolaje, por lo que el receptor puede descifrar fácilmente esta especie de pictograma *gore*, y relacionarlo con la locución verbal “taladrarle la cabeza a alguien”, que coloquialmente se emplea para referirse a una persona que habla sin pausas y de manera continuada. Esta imagen podría representar la actitud del emisor ante la persona que estaba impartiendo la clase cuando se plasmó el grafiti.

En el siguiente ejemplo, el uso de elementos iconográficos y textuales muestran el ingenio del creador de grafiti, en el que elabora una reivindicación social a la vez que combate la proliferación de esvásticas a la que

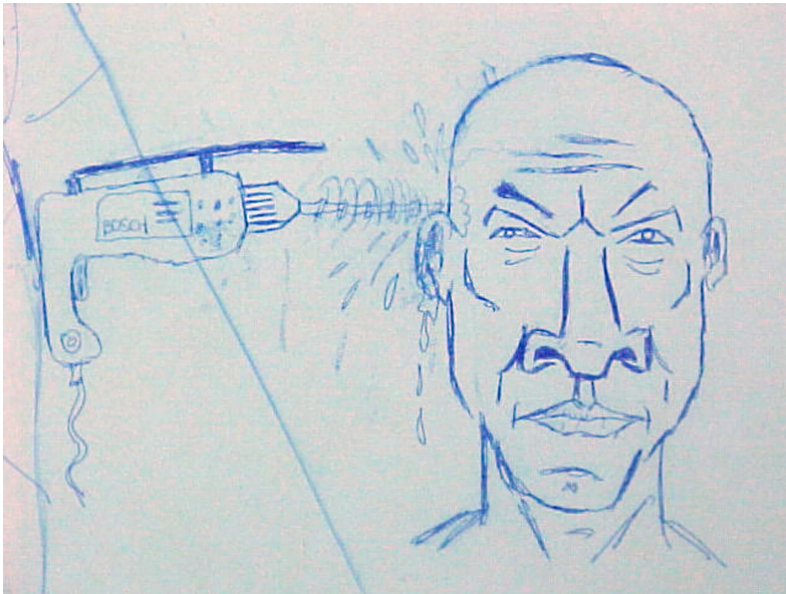


FOTO 23

nos referíamos en el apartado anterior (Foto 24). Esto se consigue al asociar el popular lema publicitario de la marca deportiva Nike, “Just do it”,



FOTO 24

con el icono que se utiliza para concienciar a la población sobre el uso de las papeleras urbanas, con la salvedad de que lo que se arroja a la papeleras no es un papel sino una esvástica¹⁴.

Otro ejemplo en el que la imagen prevalece sobre el aspecto verbal del grafiti lo vemos en el dibujo de un revólver junto a la frase en inglés “Mama put my gun in the ground” que corresponde a parte de la letra de la canción *Knockin’ on Heaven’s Door* perteneciente al álbum *Pat Garret & Billy The Kid* (1973) de Bob Dylan (Foto 25), o la letra “A” circulada o emblema anarquista que, aunque no sea un símbolo oficial, se ha impuesto como tal gracias a su popularidad (Foto 26).

Para terminar, vale la pena llamar la atención sobre uno de los enunciados que increpa severamente al conjunto de grafiti *in tabula* al que nos hemos referido en este estudio, aunque al mismo tiempo contribuya a perpetuar este tipo de escritura, “¡ODIO TENER UNA MESA ASÍ! ¡QUÉ GUARRA ES LA GENTE!” (Foto 27).

Este enunciado, junto a la última imagen, constata cómo el creador de mensajes, iconos o simples huellas de tinta impone sus propias normas para terminar modificando el cartel que veíamos al comienzo de este estudio,

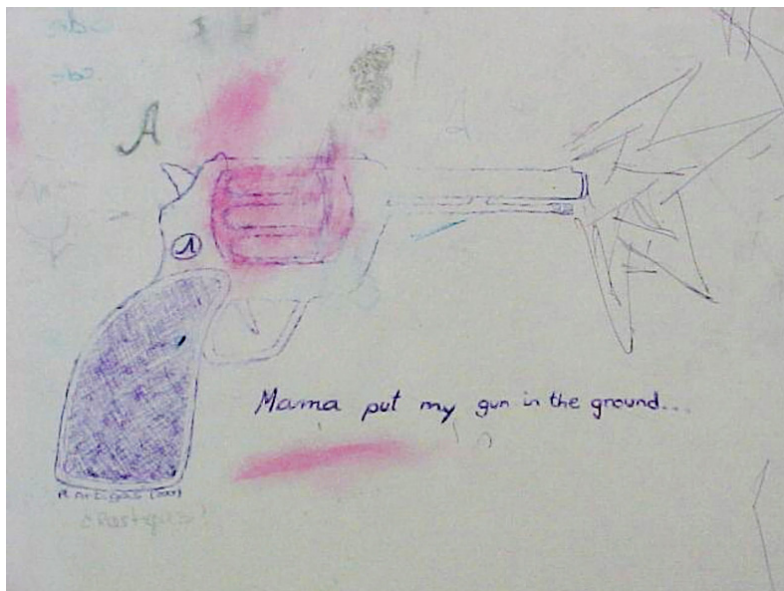


FOTO 25

¹⁴ Como explica Fernando Figueroa-Saavedra, la imagen antifascista es una “adaptación del pictograma que representa el deber cívico de mantener limpia la vía pública, usando los recipientes al efecto. El lugar de la basura lo ocupa la esvástica nazi” (2004: 138).



FOTO 26

donde se prohibía escribir en las mesas. De esta manera, el grafitero *in tabula* se permite una vez más transgredir las normas para reivindicar su

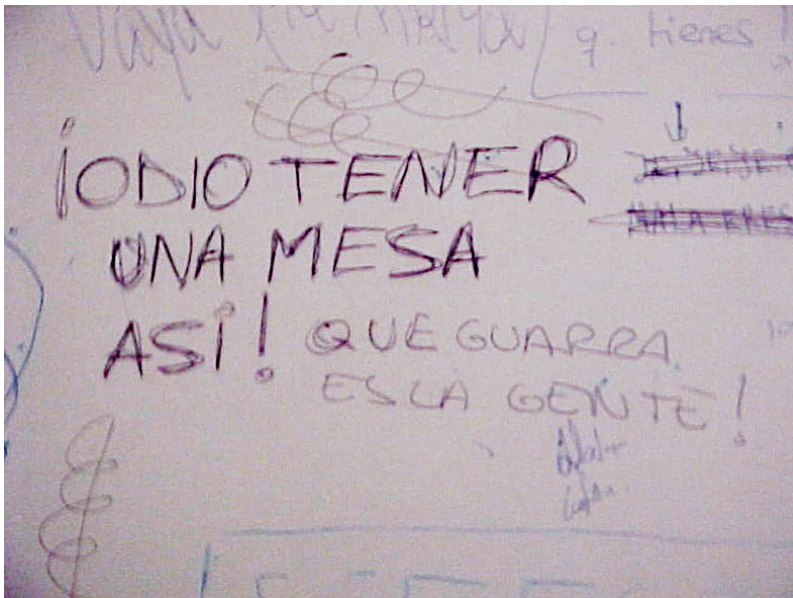


FOTO 27

labor comunicativa incluso más allá de la mesa: “POR FAVOR, ~~NO~~ ESCRIBIR EN LAS MESAS”, a lo que se responde: “¡VALE!” (Foto 28).



FOTO 28

6. CONCLUSIÓN

Convivimos con los grafiti, ya sea en el ámbito académico o cuando nos dirigimos al trabajo; forman y conforman parte del paisaje urbano y se adueñan de las superficies más recónditas para entablar comunicación desde un lugar estratégico. El objetivo de este estudio ha sido llevar a cabo una primera aproximación interpretativa de cómo en un lugar tan reducido como es una mesa, se pueden encontrar enunciados o iconos que aunque a priori puedan parecer incomprensibles poseen un valor significativo concreto. Ya sea un dibujo, unas palabras o unas anotaciones, detrás de cada trazo se esconde un significado y, por lo tanto, una posible interpretación; y nuestro cometido ha sido corroborar el valor semántico y contextual de los grafiti *in tabula* a partir de datos lingüísticos e iconográficos. A lo largo del análisis hemos podido constatar cómo, sobre una mesa universitaria, se construye un entorno icónico y verbal que determina y condiciona lingüísticamente la autoría, la temática, y la intencionalidad del mensaje. Tales características acentúan, además, la presencia de una serie de parámetros socioculturales compartidos por emisor y receptor que definen y delimitan su campo de

actuación. Esta literatura marginal, que no se halla al alcance de un público diverso en su composición desde el punto de vista cultural y generacional engloba, no obstante, todo un compendio de significado con un propósito comunicativo inherente al medio físico en el que se produce. Los receptores responden de diferentes maneras: se muestran indiferentes ante los grafiti *in tabula*, los leen con curiosidad sin atreverse a responder, o sencillamente entran en el juego de provocación confeccionando una cadena de mensajes que dejan constancia anónima de su intencionalidad comunicativa. El resultado final es una obra masiva sobre un soporte mínimo, trazada paulatinamente por el colectivo universitario como fiel reflejo del quehacer diario de la sociedad. Son, por lo tanto, estas mesas mensajeras que hablan por sí solas, un canal transmisor sobre el que se recuperan las inquietudes socio-históricas de la época en la que se fija el mensaje y se confirma la importancia comunicativa e interpretativa de los grafiti *in tabula*.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

- Adams, K. y A. Winter. 1997. "Gang Graffiti as a Discourse Genre". *Journal of Sociolinguistics* 1(3): 337-360.
- Anderson, S. J. y W. S. Verplanck. 1980. "When Walls Speak, What Do They Say?". *The Psychological Record* 33: 341-359.
- Angulo Manso, M. 2006. "Inscripciones, pintadas y graffitis en calles y servicios: literatura efímera, ideología del pueblo". *Culturas Populares* 2. Dirección URL: <http://www.culturaspopulares.org/textos2/articulos/manso.pdf>. Página consultada el 18 de mayo de 2009.
- Bartholome L. y P. Snyder. 2004. "Is It Philosophy or Pornography? Graffiti at the Dinosaur Bar-B-Que". *The Journal of American Culture* 27 (1): 86-98.
- Best, C. 2003. "Reading Graffiti in the Caribbean Context". *Journal of Popular Culture* 36: 828-852.
- Birney, A. 1973. "Crack Puns: Text and Context in an Item of Latrinalia". *Western Folklore* 32 (2): 137-140.
- Blume, R. 1985. "Graffiti", en T. A. van Dijk (ed.), *Discourse and Literature*: 137-148. Amsterdam: John Benjamins.
- Castelman, C. 1982. *Getting Up: Subway Graffiti in New York*. Cambridge: MIT Press.
- Castelman, C. 1987. *Los graffiti*. Madrid: Herman Blume.
- Castilla, A. 1995. "Una visión sociológica del 'spray art'". *El País*. (6-02-1995).
- Chalfant, H. y M. Cooper. 1984. *Subway Art*. Nueva York: Henry Holt & Co.
- Chiario, D. 1992. *The Language of Jokes: Analyzing Verbal Play*. Londres y Nueva York: Routledge.
- De Diego, J. 1997. "La estética del grafiti en la sociodinámica del espacio urbano". Dirección URL: <http://www.graffiti.org/faq/diego.html>. Página consultada el 25 de abril de 2008.
- Dundes, A. 1966. "Here I Sit—A Study of American Latrinalia". *Kroeber Anthropological Papers* 34: 91-105.
- Ferrell, J. 1993. *Crimes of Style: Urban Graffiti and the Politics of Criminality*. Nueva York: Garland Publishing, Inc.
- Figueroa-Saavedra, F. 2004. *El grafiti universitario*. Madrid: Talasa.

- Figueroa-Saavedra, F. 2007. "Estética popular y espacio urbano: El papel del graffiti, la gráfica y las intervenciones de calle en la configuración de la personalidad de barrio". *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares* 62 (1): 111-144.
- Fraser, B. 1980. "Meta-graffiti". *Maledicta* 4: 258-260.
- Frazier, I. 1995. "In the Stacks: Graffiti in a University Library". *The New Yorker* 71 (18): 188.
- Gadsby, J. 1996. "Secrets of Women's and Men's Rooms". *Maclean's* 109 (8): 27-48.
- Gallego, J. 2000. "Opinión sobre el programa de Tele 5 'Gran Hermano'". *Heraldo de Aragón*. (12-05-2000).
- Gan Bustos, F. 1978. *La libertad en el W.C.: para una sociología del graffiti*. Barcelona: Dopesa.
- Garí, J. 1993. *Signes Sobre Pedres (Fonaments per a una teoria del graffiti)*. València: Guada Litografía.
- Garí, J. 1995. *La conversión mural (ensayo para una lectura del graffiti)*. Madrid: Fundesco.
- Goikoetxea, E. 1998. "La comunicación mural: análisis de contenido de graffiti universitarios". *Revista de Psicología Social* 13 (1): 55-66.
- Grice, H. P. 1975. "Logic and Conversation", en P. Cole y J. Morgan (eds.), *Syntax and Semantic*: vol. 3, 41-58. Nueva York: Academic Press.
- Heraldo de Aragón*. 2000. "Huelga de limpieza". (29-05-2000).
- Kilroy, R. 1980. *Graffiti 2: The Walls of the World*. Londres: Corgi.
- Kilroy, R. 1983. *Graffiti 4: The Empire Writes Back*. Londres: Corgi.
- Livia, A. 1999. "Doing Sociolinguistic Research on the French Mintel". *American Behavioural Scientist* 43 (3): 422-435.
- Mockridge, N. 1968. *The Scrawl of the Wild: What People Write on Walls and Why*. Nueva York: The World Publishing Company.
- Monjas, C. L. 2000. "La final de Gran Hermano tuvo más de 9 millones de espectadores". *Heraldo de Aragón* (23-07-2000).
- Museum of Modern Art of New York (MoMA). Dirección URL: http://www.moma.org/collection/object.php?object_id=79852. Página consultada el 5 de marzo de 2010.
- Nash, W. 1985. *The Language of Humour*. Nueva York: Longman.
- Nilsen, D. L. F. 1980. "The Grammar of Graffiti". *American Speech* 55 (3): 234-239.
- Peteet, J. 1996. "The Writing on the Walls: The Graffiti of the Intifada". *Cultural Anthropology* 11(2): 139-159.
- Read, A. W. 1997. *Classic American Graffiti: Lexical Evidence from Folk Epigraphy in Western North America*. Waukesha, Wisconsin: Maledicta Press.
- Reisner, R. 1967. *Selected Scrawls From Bathroom Walls*. Nueva York: Parallax.
- Reyes Sánchez, P. y A. M. Vigara Tauste. 1996. "Graffiti y pintadas en Madrid", en M. Gómez del Manzano (ed.), *De Varia Lección: Arte, lenguaje y comunicación*: 480-494. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Rodríguez, J. 2003. "El graffiti: escritura territorial de las ciudades modernas". *Céfito* 3 (1): 45-51.
- Stewart, J. 1989. *Subway graffiti: an aesthetic study of graffiti on the subway system of New York City, 1970-1978*. Diss. New York University.
- Uribe Villegas, O. 1970. *Sociolingüística*. México: UNAM.
- VV.AA. 2005. *Diccionario Panhispánico de Dudas*. Madrid: Real Academia Española de la Lengua.

Fecha de recepción: 24 de junio de 2009

Fecha de aceptación: 25 de marzo de 2010